AÑO II - N.º 17
Madrid - nov. - dic. 1966

Precio: 15 Pts.



Curso de capacitación técnica organizado por

AFARESA

El auge de las máquinas de venta

FELIZ AÑO 1967



FORMACION DE MECANICOS DEL AUTOMATICO

LA Asociación de Fabricantes de Aparatos Recreativos de España, S. A. (AFARESA), fue constituida con el importante y amplio objeto de contribuir, eficazmente, al desarrollo y perfeccionamiento de la industria y comercio del automático, creándose la Revista AUTOMATICO ESPAÑOL para ser el portavoz de aquélla.

La industria del automático se ha desarrollado, en los últimos tiempos, con gran rapidez y empuje. Hemos visto cómo se han creado nuevas fábricas, cómo se han ampliado las existentes, cómo se ha superado la calidad de los fabricados y cómo han surgido nuevos explotadores y ampliado su red de explotación los anteriores.

Este crecimiento industrial ha traído consigo la multiplicación de los puestos de trabajo, poniéndose de manifiesto la necesidad de mecánicos del automático, tanto en las fábricas como en los servicios de conservación de automáticos instalados, que proporcionan, unas veces las fábricas y otras las empresas de explotación.

Estos servicios son de gran relieve, puesto que es imposible mantener una red de aparatos en funcionamiento sin asistencia técnica.

Ante esta necesidad de personal especializado, AFARESA, por primera vez en España, va a iniciar, a través de su Revista, unos cursos de formación de mecánicos especializados en automáticos recreativos.

Este primer curso, cuya forma de participar en él damos en el interior del presente número, va dirigido a todos los interesados en el automático, tanto a los que vienen ya prestando sus servicios como para aquéllos que aún no han tenido la oportunidad de colaborar en el automático, y también para aquellos jóvenes que todavía no se han decidido a elegir profesión y que pueden encontrar en ésta su porvenir y buena retribución.

Por tanto, a través de este primer curso, deseamos conocer a los interesados en esta materia, dotarles de los conocimientos mínimos necesarios y ayudarles, más tarde, a que perfeccionen los conocimien-

tos adquiridos, ya que las fábricas asociadas ven con agrado la especialización, en sus talleres, del personal que, hasta ahora, les han recomendado concesionarios y explotadores.

Por último, rogamos a todos nuestros lectores que propaguen la iniciación de este curso, invitando a participar en el mismo a los interesados en esta rama, así como a los de electricidad, electrónica (radio) y telefonía.

A la vista de la experiencia obtenida en este primer curso se irán organizando los sucesivos, tratando de llegar, en caso de ser numerosos y constantes, a la creación de una escuela de formación profesional del automático.

Empezamos. A partir de este momento pueden enviarnos las tarjetas de participantes y ver las condiciones en páginas siguientes.

IMPORTANTE

Aclaración a nuestro editorial, titulado "TOCADISCOS A PLAZOS", publicado en el último número de la Revista AUTOMATICO ESPAÑOL, correspondiente al pasado mes de octubre de 1966.

En el citado editorial se daba a conocer la nueva regulación de las ventas a plazos, a partir del día 1 de diciembre del corriente año.

También se decía que esta nueva regulación afectaba, dentro del campo de los automáticos, *únicamente a los tocadiscos.*

Pues bien, la aclaración es la siguiente:

Después de consultar a distintos servicios jurídicos sobre el alcance de la citada Ley de Ventas a Plazos, en cuanto a los tocadiscos accionados por monedas se refiere, hemos recogido la interpretación, unánime, de que la citada Ley de Ventas a Plazos *no afecta* a los automáticos accionados por monedas ni, por consiguiente, a los tocadiscos automáticos, entendiendo que los tocadiscos a que se refiere la Ley son, única y exclusivamente, los de uso doméstico.

Por tanto, suponemos que las empresas de tocadiscos automáticos han de proseguir sus ventas en las mismas condiciones en que han venido haciéndolo hasta ahora.

Como en materia jurídica consideramos a estos servicios como muy autorizados, nos apresuramos a publicar su dictamen para conocimiento de los interesados en estos aparatos.

Como estamos en hora de aclaraciones, queremos decir que nuestro ánimo al dirigir la Revista es el de que tenga el mayor valor informativo, aspirando, desde hace ya varios años, a contribuir al perfeccionamiento de la industria del automático y al de las relaciones cordiales entre los que lo componemos, estando siempre abiertos al diálogo, al estudio, a la aclaración y a la rectificación, si es preciso.



REVISTA MENSUAL
Redacción y Administración (provisional): NARCISO SERRA, 14 - MADRID-7 - TELEF. 2517374
Director: JESUS SPINOLA VIVAR
AÑO II NUMERO 17 ◆ NOV. - DIC. 1966
DEP. LEGAL: M. 5.060-1965 - ROMERO-REQUEJO, S. L. - ARDEMÁNS, 65

NOTICIAS DE ESPAÑA

Un importante secreto guardado celosamente por PETACO

SUMARIO

En los días que aproximadamente coincidirán con los primeros del nuevo año, tenemos noticias de que PETACO, S. A., lanzará al mercado lo que en aquella empresa dicen será "la bomba" de la sorpresa en el automático.

Hemos indagado cuanto nos ha sido posible para saber algo concreto, pero hemos tropezado con un hermetismo singular que nos hace pensar que, efectivamente, PETACO, S. A., reserva una sorpresa, evidentemente grata, para todos los que de una forma o de otra se interesan en esa clase de aparatos.

Aun a pesar de que, como decimos, el secreto más riguroso preside la actuación de la empresa, por datos más o menos indicativos, creemos se trata de un nuevo pin-ball, pero reuniendo unas especiales características, que, si nuestras aptitudes investigadoras no fallan, creemos que efectivamente será "la bomba" en el próximo año.

Si lo que maliciosamente pensamos es cierto, auguramos a PETACO, S. A., un éxito excepcional en dicho lanzamiento.

Deseamos que así sea y esperamos que los hechos confirmen lo que ahora sospechamos.

NUESTRA PORTADA

El día 27 del pasado mes de octubre tuvo lugar la presentación del nuevo modelo de la firma FAER, S. L., en un distinguido salón de la calle de Ortega y Gasset, en el que se dio un ambiente muy concurrido y cálido en elogios hacia el nuevo modelo.

NUEVOS BARES Y SALONES

Relación de nuevos bares y salones inaugurados en el mes de octubre, en Madrid y Barcelona

MADRID

Manuel Preira (Taberna). Barrio Villaamil, bloque 8, casa B, local 1, Madrid.
Nemesio Garrido (Bodega). Pinzón, 38, Madrid-19.
Martín Sánchez (Bodega). Alvarez Avellán, 8, Madrid-19.
Juan José Gómez (Bar). Av. Aragón, 3, Madrid-2.
Juan Antonio Chacón (Billares). Doctor Mata, 1, Madrid-12.
Melchor Simancas (Taberna). Cuatro, 96, Madrid.
Felipe Esteban (Billares). Federico Gutiérrez, 16, Madrid-17.
Mesones Reunidos, S. A. (Bar). Cava de San Miguel, número 7, Madrid-12.
Faustino Sanz (Taberna). San Vicente, 8, Madrid-16.
Pablo Martín Sansegundo (Bar). Desengaño, 14, Madrid-13.
Gabina González Alvarez (Bar). Barrio Puerto Chico, casa 30, Madrid-18.
Julián López (Taberna). Rodríguez Zafrilla, 37, Madrid.
Carlos Domínguez Villar (Bar). 1.ª casa, bloque 3 de Av. Arcángel San Miguel. Madrid.
Santiago Díaz (Bar). Heaes, 21, Madrid-16.
Donato Velasco Jubero (Bar). Ancora, 8, Madrid-7.
José Manuel Solís (Bar). Tesoro, 15, Madrid-10.
José Ribera (Bar). Av. Manzanares, 30, Madrid-5.
Rosario Fuente Payo (Bar). Quintana, 22, Madrid-8.
Gartudis Morales C. (Bar). Villaamil, 60, Madrid-20.
Pedro Miguel Martín (Bar). Colonia Hogares, 160, Madrid.
Eduardo Alvarez Gaitero (Bar). Almadén, 14, Madrid-14.
Leovigildo San Juan Casado (Bar). Mercado de Villaverde Alto, local 12, Madrid.
Laureano Gil (Billares). Dolores Barranco, 6, Madrid-19.
Ramón García González (Bar). Mercado de la Elipa, local 2, Madrid.
Fidel Simón (Taberna). Barrio Pilar, torre 18, casa B, número 2, Madrid.
Alejandro Cortezón (Taberna). Av. de la Almudena, número 1, Madrid-13.
Antonio Fernández (Taberna). Mercedes Antón, 5, Madrid-18.
Manuel Pérez (Bar). Barrio Moratalaz P. 1, casa 13, local 1, Madrid.
José González (Taberna). Coslada, 8, Madrid-2.
María Manuela Fuentes (Bar). Peña Prieta, 45, Madrid-18.
Emilio García Herrán (Bar). Barrio Moratalaz, pl. 1, torre 1, local 1, Madrid.
Segundo Fernández (Taberna). Barrio Villaamil, bloque 4, letra E, Madrid.
Amador Ramírez Hidalgo (Bar). Pista de los Poblados, 2, Madrid.
José Díaz Montero (Bar). Sierra Gorda, 17, Madrid-18.
José García (Bar). Andrés Mellado, 46, Madrid-15.
Julián González González (Bar). Glorieta Luca de Tena, 7, Madrid-7.
Vicente Ponce Carbonell (Bar). Carballino, 28, Madrid-11.
Angel Jiménez Vallejo (Bar). Poblado Dirigido de Caño Roto, 33, Madrid-19.
Concepción Montero (Bar). Colmenares, 3, Madrid-4.
José Luis Muñoz Sancho (Bar), Isabelita Usera, 63, Madrid-19.
Dionisio Noguera Chisber (Bar). Esfinge, 17, Madrid-17.
Félix Solís (Taberna). San Jorge, 18, Madrid-18.
José Pérez Velasco (Bar). Nuestra Señora de Guadalupe, 18, Madrid-2.
S. Jorge, S. A. (Bar). Velázquez, 51, Madrid-1.
Antonio Peralta (Taberna). Geranio, 10, Madrid-20.
Antonio Ramil Sáez (Bar). Eugenia de Montijo y Federico Grases, 6, Madrid-19.
José Blanco (Bar). Francisco de Icaza, 5, Madrid.
Adolfo González del Hoyo (Bar). Pozo, 13, Madrid-12.
Margarita Fernández García (Bar). Glorieta de Quevedo, 2, Madrid-10.

BARCELONA

Juana Márquez (Bar). Buenaventura Plajá, 5, Barcelona-14.
Delfín González (Bar). Roger, 32, Barcelona-14.
Ireneo Arránz (Café-Bar). Taquígrafo Serra, 11, Barcelona-15.
José Angles (Café-Bar). Ciudad Balaguer, 14, Barcelona-6.
Pilar Correa (Café-Bar). Pintor Gimeno, 5, Barcelona-6.
Juan Gorro Civit (Bar). Florida, 18, Barcelona-16.
Juan Piñol Plaza (Bar). Cardenal Gicognani, 3, Barcelona-16.
Julián Vilches Cano (Bar). Grp. Verneda, 438, Barcelona-5.
Mercedes Auses Sala (Bar). Dante Alighieri, 85, Barcelona-16.
Elena Carrio (Bar). Pl. Mercadel, 17, Barcelona-16.
Alfonso Batroli Casanellas (Bar). Rambla Cazador, número 26, Barcelona-16.
Carmen Tallön Estévez (Bar). General Sanjurjo, 81-83, Barcelona-12.
Angel Espín García (Bar). Hedilla, 77, Barcelona-16.
Mercedes Rubio Sala (Bar). Mora de Ebro, 32, Barcelona-6.
José Farret Tost (Bar). Escultor Llimona, 7, Barcelona-16.
Ramón Aixala Mur (Bar). Rosal, 44, Barcelona-4.
Juan Bautista Vinaixa Mosegui (Taberna). Pasaje Espiell, 15, Barcelona-16.
Ana Belmonte López (Café-Bar). Madrazo, 130, Barcelona-6.
Jesús López Fernández (Bar-Bodega). Buenaventura Plaja, 7, Barcelona-5.
Francisca Uría López (Bar). Padre Rodés, 12, Barcelona-6.
Agustín Herreros Revilla (Bar). Balboa, 1, Barcelona-3.
Martina Marín Domingo (Bar). Escultor Llimona, 50, Barcelona-7.
Capitolina Reventós Masana (Bar). La Jota, 22-24, Barcelona.
Juan Martí Pascual (Bar). Paseo Nacional, 69, Barcelona-3.

Le National

PRESENTA UN NUEVO MODELO DE JUEGO

MINY - TENIS



CARACTERISTICAS TECNICAS:

Largo	130 cms.
Ancho	70 »
Alto	80 »

Construido en madera de haya de primera calidad, piso de fibro - mármol inalterable.

Patas desmontables para facilitar su transporte.

Varillas de acero calibrado de 15 milímetros.

Palas laminadas de fibra y de aluminio.

Barnizado transparente al duco o forrado de plástico "fantasit"

Ceniceros de acero inoxidable. Monedero infalible.

Cierre de seguridad por candado o cerradura.

Patente de invención n.º 317.202 — Marca Reg. n.º 484.875
Autorizado por la Direc. Gral. de Seg. y la Deleg. de Ind.

Construcción esmerada en materiales de primera calidad Terminada en Formica

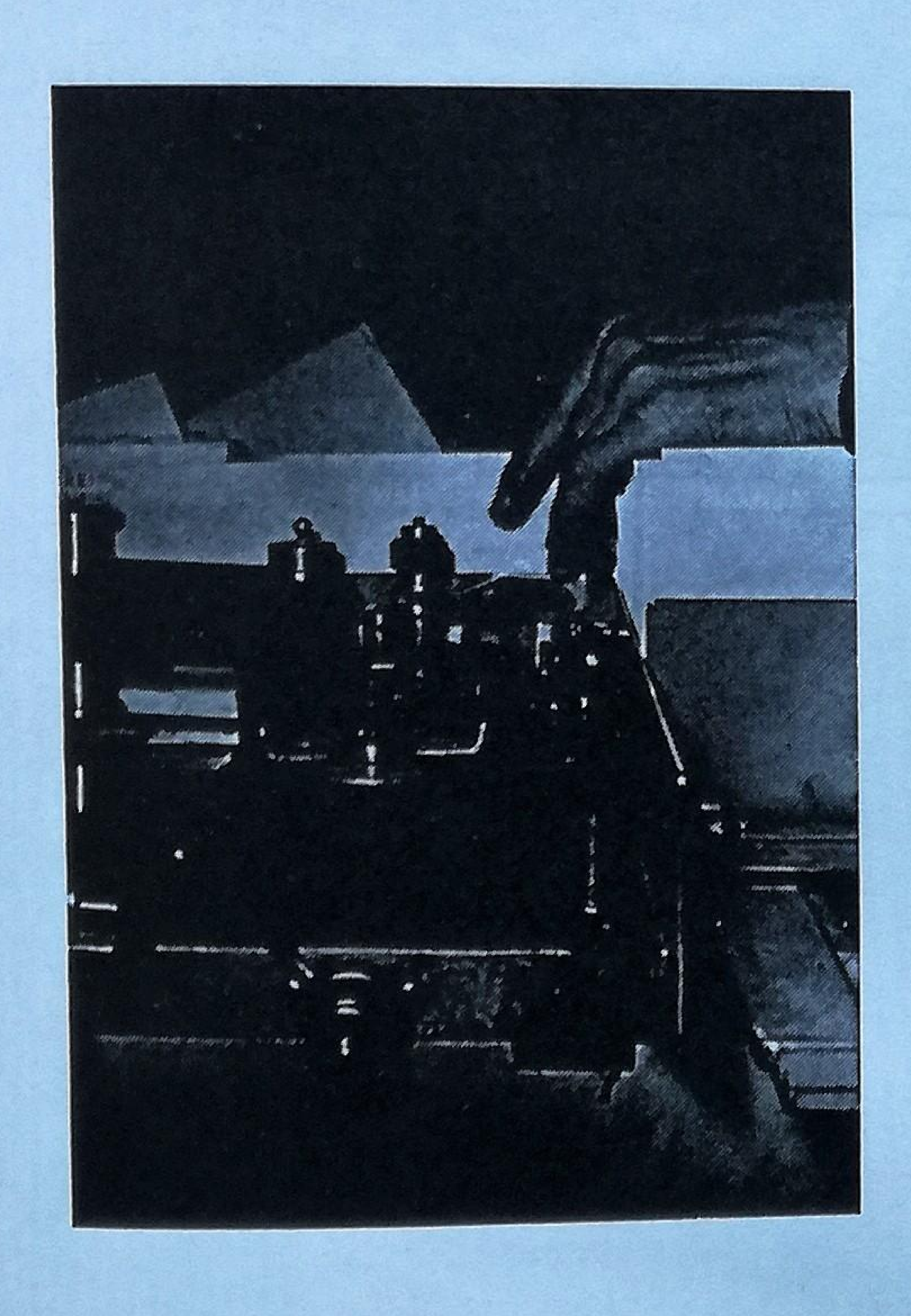
PRECIO: 10.000 Ptas.

Depósito, Exposición y Venta: **BILLARES QUEVEDO**

Teléfonos 257 - 45 - 14 y 257 - 00 - 94

ARAPILES, 5 — MADRID - 15

EL SERVICIO DE CORREOS Y EL AUTOMATICO



El Departamento de Correos de los Estados Unidos, que realizó su primera venta por medio de distribuidores automáticos en 1905, está ahora experimentando en tres oficinas de Correos unos aparatos que pueden constituir una importante contribución al futuro de la venta automática.

La primera de estas tres oficinas experimentales se inauguró el 17 de octubre de 1964, en Weaton, Mod.

En un frío y lluvioso sábado de otoño, Tyler Abell, ayudante del director general de Correos, inauguró oficialmente la nueva oficina postal. Ocho meses después, el Departamento abrió otras oficinas postales automáticas en Buena Park, California, y Atlanta. Se trata, al parecer, de instalaciones-piloto que se adelantan a otras 400 oficinas postales automáticas que, en fecha próxima, se instalarán en todo el país. La próxima oficina se abrirá el mes de agosto del año actual en Augusta, California, y será la última experimental. Acto seguido, el Departamento decidirá si continúa el programa o se anula.

Existen muy fundadas razones para asegurar que se dará vía libre al programa en los primeros días del otoño venidero, mediante la instalación de cerca de 100 oficinas postales "self-service" en otros tantos centros comerciales.

En estos momentos ya se habrá realizado el inventario, de carácter nacional, sobre los lugares en los que se deberán instalar las nuevas oficinas.

El éxito de las oficinas experimentales parece que ha sido absoluto, lo cual apoya la creencia sobre la puesta en marcha del programa completo.

AUMENTO DE LAS VENTAS

Desde el día de la inauguración, el 17 de octubre, hasta el 14 de diciembre de 1964, la venta realizada por la oficina postal de Wheaton fue del orden de 1.200 a 1.400 dólares a la semana. Posteriormente, bien por la fecha—Navidades—o por la confianza del público, la venta mostró un notable incremento. Así, en la semana que terminó el 11 de diciembre, la venta alcanzó los 1.800 dólares; el 18 de diciembre, 3.500 dólares. Tras de la Navidad y Fin de Año, la venta, como era de prever, descendió. La semana comprendida entre el 26 de diciembre y el 1 de enero fue solamente de 900 dólares. Pasadas estas fiestas, las ventas de la oficina de Wheaton ha recuperado su nivel normal de los 1.200 dólares a la semana. En la actualidad, la venta media mensual se cifra en los 6.000 dólares.

W. M. Fitzgerald, coordinador del proyecto del Departamento Postal, había previsto un rendimiento medio anual de 71.000 dólares. A la vista de los datos recogidos, afirmó que "de acuerdo con lo que está ahora ocurriendo, la venta anual se alineará en torno a los 80.000 dólares". Tanto Fitzgerald como su inmediato superior, Charles Dieman, están seguros del brillante porvenir que le espera a las oficinas de Correos automáticas.

UN POCO DE HISTORIA

Pese a que el Departamento de Coreos haya sido acusado de retrógrado y reacio al progreso, la venta automática en las oficinas postales tiene una larga historia.

Efectivamente, hace sesenta años el Departamento de Correos nombró un comité para el estudio de la venta automática de sellos.



INDER

CLOWN

ANTES

VIVIO LA EMOCION DE UN SAFARI CON EL !!KINDO!!

AHORA

DIVIERTASE CON LA GRACIA SIN PAR DE **"CLOWN"**

Y SIEMPRE

GRAN RENTABILIDAD DE NUESTROS FABRICADOS

garantizados por 1 año

EXPOSICION Y VENTAS:

CALLE DEL PEZ, 14

FABRICA:

Industria Electromecánica de Recreativos

271 30 30

MADRID-19

EL SERVICIO DE CORREOS Y EL AUTOMATICO

En la relación sobre el balance anual del 30 de junio de 1907, el director del Departamento, George Von L. Myer, observaba: "Este método de vender sellos se encuentra ya en uso en otros países y la propuesta de adoptarlo en los Estados Unidos ha suscitado gran interés."

El uso de distribuidores automáticos se hizo tan popular y difundido en otros sectores que se hizo imprórrogable su adopción para la venta de sellos, tarjetas ilustradas y postales, dado que la máquina podía construirse con poco gasto y gran seguridad.

Tras de experimentar los aparatos en aquel entonces disponibles, el Departamento decidió no dar marcha a la operación. Myer tuvo que resignarse, pues el hecho de tener que estampar, en 1908, tiras de 500 sellos, necesarias para la venta automática, era algo prematuro.

Dos años después el Gobierno introdujo los sellos en tiras. Inmediatamente nació la primera compañía para la venta automática de sellos. Desde entonces, el Departamento de Correos ha venido usando distribuidores automáticos en algunas de sus oficinas.

El ritmo de adopción de este moderno sistema de venta hubiera seguido, probablemente, con la misma languidez de no haberse interesado en el asunto Mr. Abel, vicedirector general de Correos.

Mr. Abel, con sus treinta y dos años de edad, es el vicedirector más joven de la Administración Pública norteamericana.

Con toda seguridad, se trata del "Assistant Postmaster General" más joven de la historia del Departamento. Mr. Abel tiene una fe ilimitada en la venta automática.

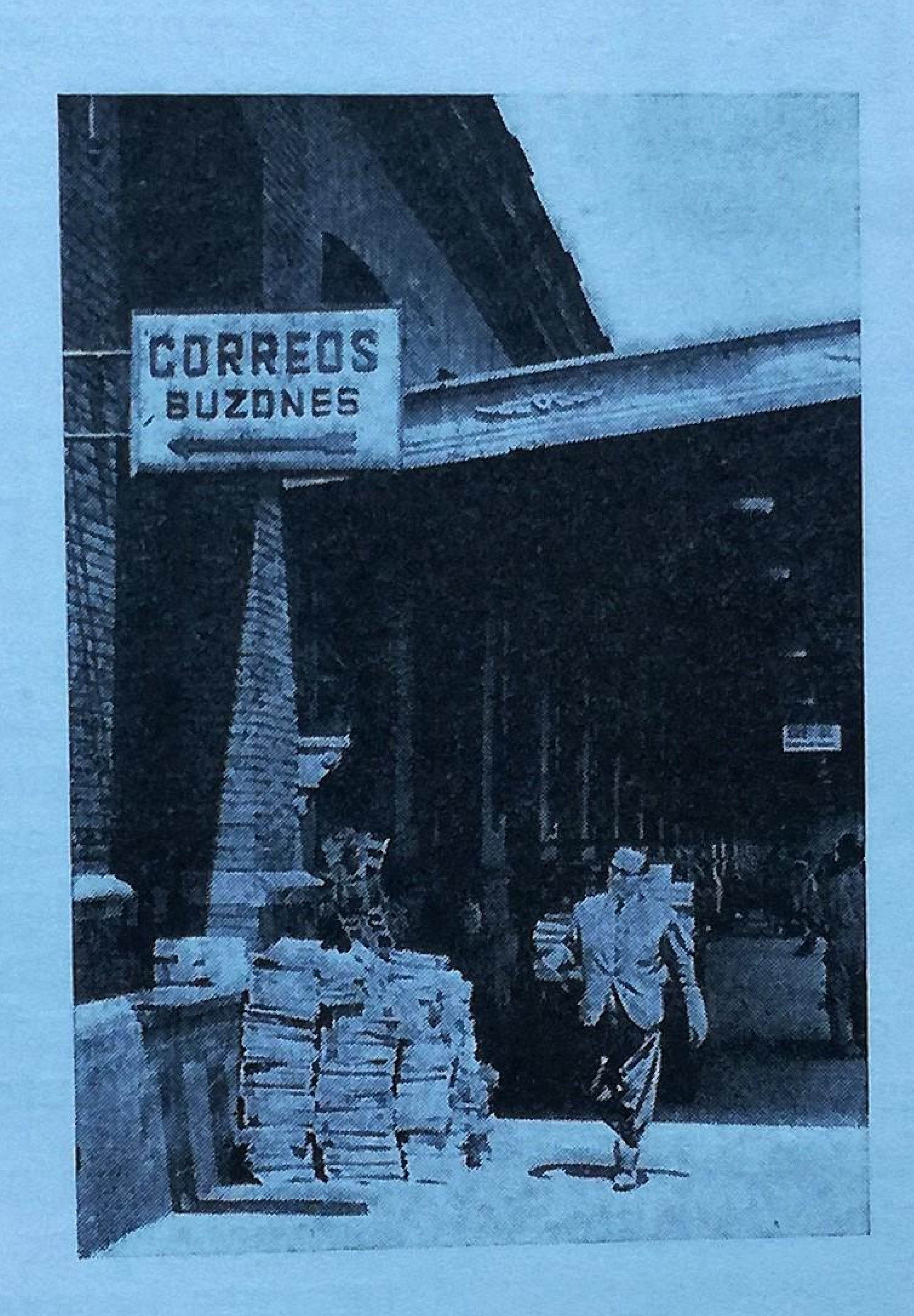
"Yo, en este género de cosas, suelo ser más bien conservador—dijo en cierta ocasión Mr. Abel—, porque no quiero hacer ninguna declaración grandiosa sobre lo que ocurrirá en el futuro. Pero, al mismo tiempo, pienso que este concepto es fundamentalmente bueno. Creo que el modo interno de comportarse el americano se orienta en esta dirección. Toda nuestra ingenuidad yanki se dirige a hacer todo antes y mejor."

EL CENTRO COMERCIAL DE WHEATON

La instalación de Wheaton constituye el modelo ejemplar al que no hay más remedio que referirse. Vamos a examinarla a fondo:

El centro comercial de Wheaton es un gigantesco complejo comercial, con más de setenta negocios de "venta al minuto", rodeado de amplias zonas de aparcamiento.

Sus promotores aseguran que se trata del mayor centro suburbano de compras en toda la zona este del país.



La oficina postal está frente a un aparcamiento, alejado de los negocios y al lado de una estación de autobús. Es muy visible desde una de las avenidas más frecuentadas del centro comercial y, desde un punto de vista técnico, no forma parte de otro edificio.

El Departamento solamente pudo construir una oficina postal previa la aprobación específica del Congreso. Por esta razón, la oficina de Wheaton, como los otros "self-service" postales, fue construida como un pabellón de tres metros de ancho por nueve de largo. Los distribuidores automáticos están colocados de modo que puedan ser utilizados a lo largo de todo el perímetro. Dispone de una marquesina para proteger al público de las inclemencias del tiempo. Un gran letrero indica que se trata de una oficina de Correos.

Solamente se ha realizado un cambio desde que se inauguró: la sustitución de un aparato para cambiar moneda por un "micromagnetic" para cambiar valores y moneda.

Aunque numerosas personas se han declarado expresamente en favor de la iniciativa, el Departamento de Correos ha recibido también quejas de parte de las compañías interesadas en la venta de sellos. Alguna firma ha lamentado el hecho de que el Estado se haya inmiscuido en un sector bien servido —según ellos—por la iniciativa privada.

BALANCE Y PERSPECTIVAS

Es todavía pronto para hablar, con conocimiento suficiente de causa, de todos los factores que han contribuido al éxito de las nuevas oficinas postales.

La concurrencia con otras oficinas expendedoras de material postal no constituye un problema. En Wheaton, la oficina "self-service" dista sólo cuatro manzanas de un despacho tradicional.

Fitzgerald y Charles Dieman creyeron que las oficinas "self-service" marcharía mejor en el interior de los grandes centros comerciales, pero el caso de Atlanta, cuya oficina se encuentra instalada en un centro muy modesto y ha tenido un gran éxito, ha demostrado lo contrario:

"Lo que considerábamos como el mínimo en lo que se refiere al tamaño del centro puede ser ampliamente rebajado", afirmó Fitzgerald, añadiendo: "Son otros factores los que hay que tomar en consideración, tales como la vecindad a una gran vía de comunicación, la densidad de la población, la facilidad de acceso a la oficina en automóvil y el ingreso medio de los habitantes de la zona."

A la vista de lo que antecede, Mr. Abel se muestra altamente optimista sobre el futuro de las oficinas postales de venta automática: "Yo creo—ha declarado Abel—que está próximo el día en que se podrá encontrar una de estas oficinas automáticas en todos los importantes centros comerciales."



Austria

CONGRESO INCOMAT 1966 EN VIENA

Entre el 12 y el 15 de este mes de noviembre se celebrará en Viena el II Congreso Internacional del Automático en concomitancia con la II Exposición Muestraria de los Productos del Automático accionados por monedas.

A dicho Congreso ha sido oficialmente invitada la SAPAR, mientras que a la Exposición, y a iniciativa del Comité Organizador, han sido ya invitados los fabricantes italianos de productos del automático, en sus tres principales manifestaciones:

— Distribuidores automáticos de géneros y productos.

— Electrogramófonos.

— Aparatos de recreo y diversión.

Se espera que ambos acontecimientos tengan importantes repercusiones para el mundo del automático, tal y como sucedió la última vez (1964) que se celebró la mencionada Exposición. Nuestra revista mantendrá informados a sus lectores del desarrollo de estos actos.

Alemania

CORONADO: NUEVO JUKE BOX

A Hamburgo han llegado los nuevos juke box de la "Princess Royal". Estos nuevos aparatos, con el mismo nombre de "Coronado", serán enviados por Nova a todas las firmas distribuidoras, con lo que podrán ser distribuidos al mismo tiempo en Europa que en América.

"Coronado" dispone de cien selecciones, con 160 selecciones en su cubierta, de dimensiones iguales a la "GP 160". Nova destaca, en particular, la elegante línea de su cuadro de programas y la asombrosa claridad de su sonido y efectos del volumen. Nova está convencida de que el nuevo modelo—como el "Princess Royal"—tendrá numerosos amigos y que producirá una impresión más "presuntuosa" que los modelos corrientes de 100 selecciones, hasta el punto de que encuentra totalmente justificado su precio más alto.

EL "NUEVO SERENADE FESTIVAL 130"

Hace tiempo que para nadie era un secreto que la NSB, de Bringen (Alemania), estaba madurando un nuevo modelo de juke-box. Sin embargo, el nuevo aparato no apareció hasta la pasada Feria de Máquinas accionadas por monedas de Hannover, donde "Festival", adornado con flores, fue cuidadosamente expuesto en el pabellón de Löwen-Automaten.

No cabe la menor duda que todos los expertos europeos, y no sólo los germanos, quedaron gratamente impresionados por el nuevo modelo de NSM. En lo que concierne a las ventas para el exterior, Löwen-Automaten vio con satisfacción las notas de pedidos procedentes de países extranjeros.

La *vieja* "Serenade"—harto reconocible bajo la nueva envoltura—ha sido adaptada a los gustos de ahora, excepto en lo que se refiere a la "consola". Especial atención se ha prestado a la "sectio aurea", esto es, a la relación entre el espacio ahorrado y el efecto óptimo en su apariencia externa. Por todo ello, no cabe la menor duda de que "Serenade Festival" representa uno de los más interesantes aparatos juke-box que existen en el mercado alemán del mismo tamaño.

"Festival 130" tiene 128 selecciones. De esta manera constituye un tipo intermedio entre los populares aparatos de 100 selecciones y los *gigantes* de 160 a 200 selecciones.

DEL EXTRANJERO

Hungría

EXPOSICION APLAZADA

Durante el mes de noviembre del año en curso, se debería haber celebrado una gran feria-exposición del automático en Hungría. La iniciativa de este magno acontecimiento se debe al Gobierno magiar y a la Organización Internacional del Automátivo (INCOMAT), que tiene su sede, como se sabe, en Viena.

La decisión de celebrar la mencionada feria se tomó demasiado tarde, con lo cual los organizadores no han tenido tiempo de hacer todo lo necesario para llevarla a feliz término. Por ello, la exposición ha sido aplazada hasta el próximo mes de junio de 1967.

Francia

EQUIP'HOTEL

Como informábamos en el número anterior de AUTOMATICO ESPAÑOL, el "Salon Technique International de l'Equipment Hôtelier, du Matériel de Caféterie et des Industries Conexes" ha estado abierto todos los días del 13 al 23 de octubre pasados. Se trata del 13.º Salon "Equip' Hötel" que ha sido visitado por numerosos interesados en la materia y simples curiosos.

Trece años solamente y el éxito continuo de esta magna manifestación no ha dejado de ser puesto de relieve por todos. La curva ascendente del "Equip'Hôtel" se debe—según los entendidos—en gran parte a su perfecta organización, a la eficiencia que la preside, desde su creación, y a todas las varias e interesantes iniciativas adoptadas por su dirección.

"Equip'Hôtel", cuyo prestigio en los medios hoteleros no es preciso destacar, se coloca hoy día en la base misma del impulso de la industria hotelera, de todas las actividades relacionadas con la misma y de la evolución del turismo en Francia.

En lo que se refiere a nuestro terreno, esto es al mundo del automático, su representación ha sido buena si se tiene en cuenta la calidad de los modelos expuestos, pero no tenemos más remedio que lamentar la escasa concurrencia de firmas del ramo. Una pena, porque la hostelería y el turismo es un campo poco menos que virgen, pero con extraordinarias perspectivas, para el mundo del automático en sus más variadas modalidades.

FLIP-REVOLUCION

Pese a lo bien guardado del secreto, se ha sabido que existen novedades en Niza. Y novedades, diríamos, extraordinariamente interesantes. Efectivamente, parece ser que Bally ha puesto a punto un juego automático, inspirado en el *flipper,* pero radicalmente diferente de los modelos clásicos. Se pronuncia el vocablo "electrónico". Los raros y afortunados privilegiados que han sido autorizados a contemplar los prototipos hablan de una verdadera "flip-revolution". Se asegura, finalmente, que su lanzamiento es inminente.

Gran Bretaña

CUPIDO Y EL AUTOMATICO

Por solamente diez chelines usted, señorita o caballero, podrá elegir en el futuro a su media naranja con las mayores probabilidades de éxito: ya está en el mercado el aparato capaz de proporcionársela.

Efectivamente, se trata de un aparato, accionado por monedas, que lleva un computador que es el que realiza la elección. Este computador está programado especialmente para hacer la elección previo estudio de las respuestas recibidas del interesado en buscar compañía sobre sexo, carácter, opiniones—incluso políticas—y otros datos personales no menos importantes para un futuro feliz.

El aparato se llama, cómo no, "Cupido". Pero se llama así porque ese es el anagrama de su nombre entero: Computer Unit for Predicing Ideal Dates. Pero no hay más remedio que reconocer que el anagrama—CUPIDO—responde a las mil maravillas al fin que se le destina.

"Cupido" ha sido diseñado por dos doctores de Filosofía de la Universidad de Bristol.

Presentación de

NUEVO



El "todo Madrid" del automático se dio cita, el pasado 27 de octubre, en los amplios, elegantes, acogedores salones del conocido restaurante "La Fragua" —a la entrada de Ortega y Gasset—para admirar las modernas líneas del nuevo fabricado de FAER: "Silver Star", la estrella de los pin-ball, como reza su "slogan".

Allí, en efecto, se encontraron en animada reunión fabricantes, explotadores y hasta simples aficionados, ansiosos de comprobar por sí mismos la calidad del nuevo modelo y ansiosos de echar una partida en la nueva máquina. Una partida, por lo demás, que resulta apasionante incluso para el lego. Veámoslo.



"SILVER STAR"

Lo primero que salta a la vista del nuevo modelo es la disimetría de su tablero. Efectivamente, su parte izquierda no es igual a la derecha. Por si no nos hubiéramos dado cuenta, don Alberto Boniforti, el ingeniero diseñador del modelo, nos lo indica. Y nos señala también otras características del juego. Por ejemplo, la posibilidad de recuperar las bolas al atravesar éstas determinados pasillos. Pero hay más, y es que estas devoluciones son acumulables para la siguiente partida. Una característica que los jugadores hábiles podrán aprovechar, sin duda alguna, y que, por otra parte, les incitará a repetir partidas para no dejarles a otros esta ventaja.



Por lo demás, el juego posee cuatro dianas, la central con tanteo progresivo desde diez hasta quinientos. Pero hay algo que la distingue quizá más que nada de sus congéneres: se trata del "juego chino" o "billar japonés", que lleva en el interior de la pantalla. Este juego constituye una verdadera sorpresa. Efectivamente, cada vez que la bola atraviesa un pasillo, golpea la diana central o se marcha a casa por el tragabolas, cae una bola por el "billar japonés", que se descuelga por las agujas hasta introducirse en un agujero. Esta bola, a su vez, regala puntos que van de diez a cien. A esto hay que añadir el "Mistery Bonus" o bono gratuito e imprevisible con que la máquina obsequia al jugador. Finalmente tenemos la "Lotería"; si el nú-

SILVER STAR

MODELO

mero de la serie natural que se enciende en la parte inferior derecha de la pantalla coincide con el de las decenas del marcador, el jugador, automáticamente, obtiene partida gratis. Como se ve, el aparato deja amplio margen tanto para el jugador habilidoso, rápido de reflejos, como para el afortunado.

El señor Boniforti nos describe a continuación algunas de las características técnicas más relevantes del modelo. Tenemos, por ejemplo, los contadores con circuito impreso, lo cual da una seguridad absoluta a su funcionamiento. Nuevo tipo de motor, más potente, con frenos electromagnéticos. Bovinas a doble devanado. Los fusibles, calibrados siguiendo el tipo americano, aseguran una más amplia protección de todos los circuitos. Y, finalmente, un dispositivo que permite escoger entre dos, tres, cuatro y cinco partidas por un duro.

Todo ello enmarcado en un mueble moderno, vistoso, de tablero plastificado y metalistería de acero inoxidable. Parece, pues, conveniente hacer caso de la recomendación: "No guarde usted el secreto de su calidad."

OPINIONES

Para comprobarlo hemos pegado el oído y hemos podido comprobar los elogios de los que ya, en los salones de "La Fragua", han tenido la suerte de manejar el "Silver Star". Elogios que alcanzan tanto a las características técnicas como a las modalidades del juego. Un conocido comercializador del automático, don Jesús Franco, de los Salones Fuencarral y Vallecas, ha sido más explícito:

—Supera—nos dice—a todos los modelos anteriores. Los supera en contadores, elevadores de bolas, flippers, motor, etc. El sistema de juego, por otra parte, es también más interesante, gracias a la lotería, "juego chino", etcétera.

—¿Cree que será rentable?—le preguntamos.

—Estoy seguro de ello.

Y con esta esperanza dejamos a "La Fragua", en esta tarde de octubre, invadida por un cliente—el "Silver Star"—poco común.







Curso de Especialización Técnica organizado por AFARESA

— Podrán participar todas las personas interesadas en el automático.

— Basta enviar la tarjeta adjunta a nuestra Revista.

— Brillantes posibilidades para los jóvenes.

El curso estará integrado por una serie de lecciones que irán apareciendo en nuestra Revista. Constará de dos partes, una preparatoria y otra técnica. El programa general será el siguiente:

Primera parte.—Preparatoria

1. Generalidades de electricidad, con aplicación directa a la rama del automático.
2. Signos convencionales y abreviaturas adoptados más frecuentemente.
3. Desglose detallado de los conjuntos y mecanismos básicos que componen un pin-ball.
4. Motivos de juego y combinaciones más frecuentes en un aparato pin-ball.

Segunda parte.—Técnica

Estará dedicada, íntegramente, al estudio de un determinado pin-ball americano, cuyo esquema eléctrico de conjunto se publicará. También se harán desgloses del mismo para facilitar las explicaciones parciales.

Al final de cada una de las partes del curso se publicarán una serie de preguntas y problemas que servirán para calificar a los participantes.

Las soluciones de los ejercicios se publicarán en AUTOMATICO ESPAÑOL, así como la relación de los cursillistas considerados aptos. También se atenderán cuantas consultas o aclaraciones soliciten los matriculados en dicho curso.

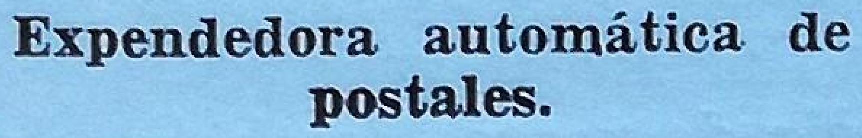
A cada uno de los aprobados se le extenderá un diploma de AFARESA, que acreditará su especialización técnica en la rama del automático.

El curso dará comienzo a partir de la publicación del número de AUTOMATICO ESPAÑOL correspondiente al mes de enero de 1967.

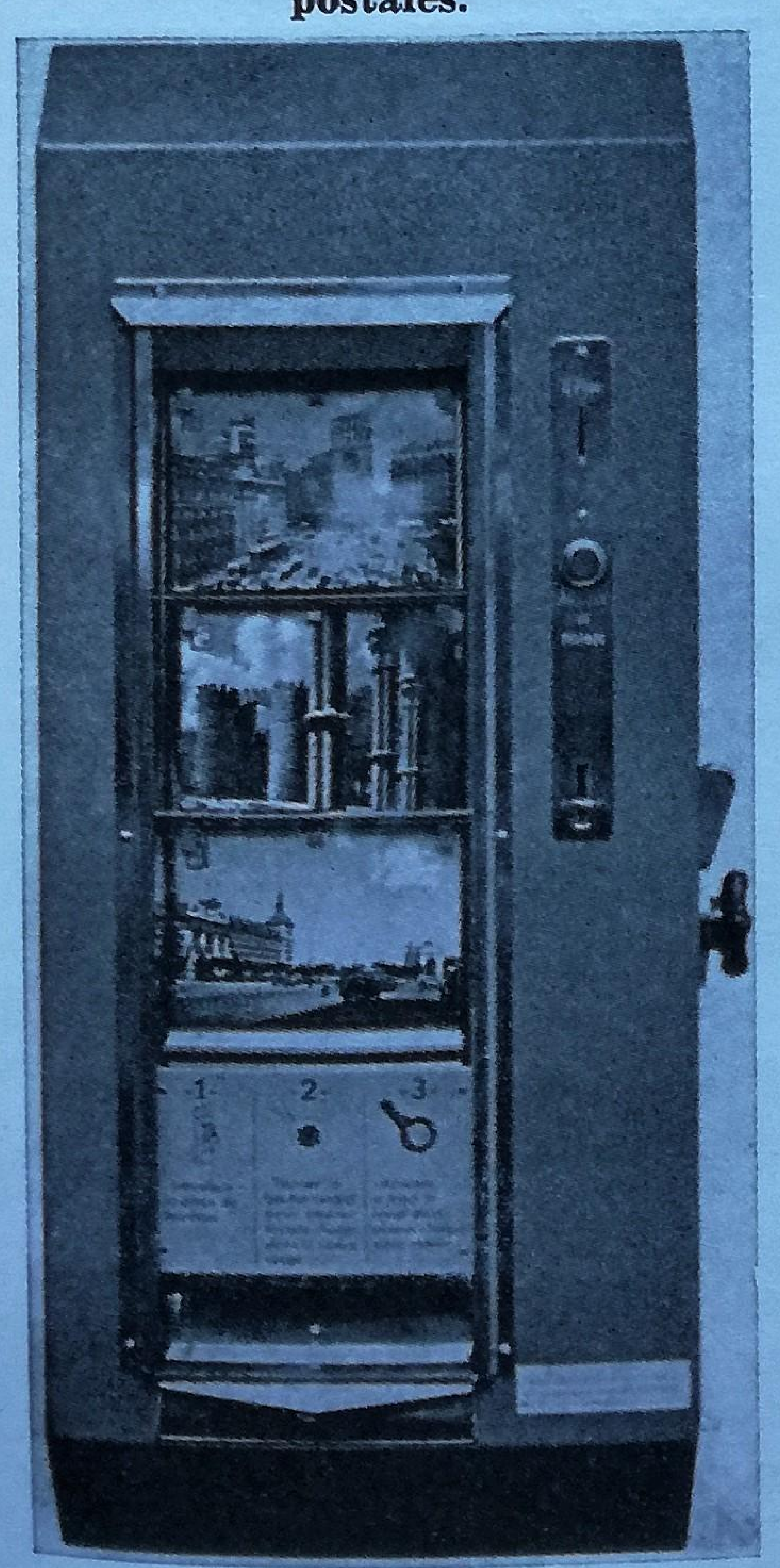
El auge de las MAQUINAS DE VENTA

En varias ocasiones han aparecido en nuestras páginas diversas informaciones sobre el auge que está experimentando en nuestro país la instalación de máquinas automáticas de venta. Lo mismo que los aparatos recreativos—pin - balls, futbolines, galerías de tiro, boleras, juegos mecánicos, etc.—se complementan perfectamente en los salones, las máquinas de venta añaden un atractivo más a numero-





Expendedora automática de postales.



sos establecimientos y son un instrumentos utilísimo para el público no sólo en locales particulares, sino en la vía pública.

Detallamos seguidamente algunos modelos actualmente en el mercado.

DISTRIBUIDORES DE TABACO

El más popular es tal vez la distribuidora automática de tabaco, de la que—como es sabido—Talleres Azcoyen fabrica diversos modelos, cuya instalación en hoteles, sanatorios, oficinas, cines, cafeterías, grandes almacenes, restaurantes, edificios comerciales y otros lugares públicos son un complemento indispensable que los clientes agradecen.

TARJETAS POSTALES

También existe un distribuidor automático de tarjetas postales—el Emadis—que pone a la disposición de visitantes y turistas, tan numerosos en nuestra época, una colección de tarjetas postales que pueden adquirirse unitariamente. La máquina contine un total de 385 tarjetas, con once vistas diferentes; es luminosa, atractiva y de rápida amortización. Mientras el cliente presiona un botón las vistas van desfilando ante él. Una vez hecha la elección, suelta el botón en el momento que la tarjeta elegida esté enmarcada en un cuadro de la pantalla. Se introduce una moneda y la máquina expende la postal. El conjunto de la caja de la máquina vendedora es de

MAQUINAS DE VENTA

chapa esmaltada a fuego después de sometida a un tratamiento contra la oxidación; el conjunto mecánico es de acero totalmente niquelado y las piezas móviles de acero inoxidable o bronce. Este aparato elimina los riesgos del robo y los efectos de los agentes atmosféricos de los antiguos expositores de tarjetas, todavía tan comunes en kioskos y establecimientos de objetos turísticos.

EXPENDEDORES DE ALIMENTOS Y OTROS PRODUCTOS

Otras máquinas automáticas de venta llamadas a tener una gran expansión en España son las expendedoras de alimentos y otros objetos (bocadillos, paquetes de galletas, embutidos, estuches de medias, juguetes, frutas y legumbres, etc., etc.). Estas máquinas son verdaderas vitrinas vendedoras, ya que han sido liberadas de los imperativos del envase. El cliente ve a través de las amplias puertas de cristal de los distintos departamentos, brillantemente iluminados, todos los productos que le son ofrecidos. Introduce la moneda, abre la puerta del departamento que contiene el producto elegido y se sirve.

En cuanto a sus características técnicas, diremos que cada hilera de departamentos posee su propio receptor de monedas regulable, que funciona con una a siete monedas y se adapta, por medio de un simple reajuste, a todos los tipos de moneda. Igualmente el dispositivo selector rechaza y devuelve las monedas falsas o defectuosas. La caja es de chapa de acero y pintura de esmalte, altamente resistente a los golpes y a la acción de los agentes atmosféricos.



Máquina expendedora de alimentos.

Hay cinco modelos que abarcan desde seis a veinticuatro departamentos. Cada departamento es doble, es decir, el casillero está dividido en dos partes por una separación que desaparece y deja al descubierto el segundo producto cuando el cliente ha vuelto a cerrar la puerta del departamento, después de efectuada la primera utilización del mismo.

MAQUINAS REFRIGERADAS

Una novedad muy interesante es la existencia de máquinas vendedoras dotadas de equipos de refrigeración, que ofrece mayores posibilidades de venta de numerosos productos que hasta ahora resultaban prohibitivos, tales como: charcutería, pastelería, productos lácteos, bocadillos, huevos e incluso cebos vivos para los aficionados a la pesca. Estos aparatos presentan asimismo la enorme ventaja de poder dar salida durante el día de cierre del almacén, de aquellos productos que, de no disponerse de estos aparatos, no estarían ya lo debidamente frescos para su venta posterior.

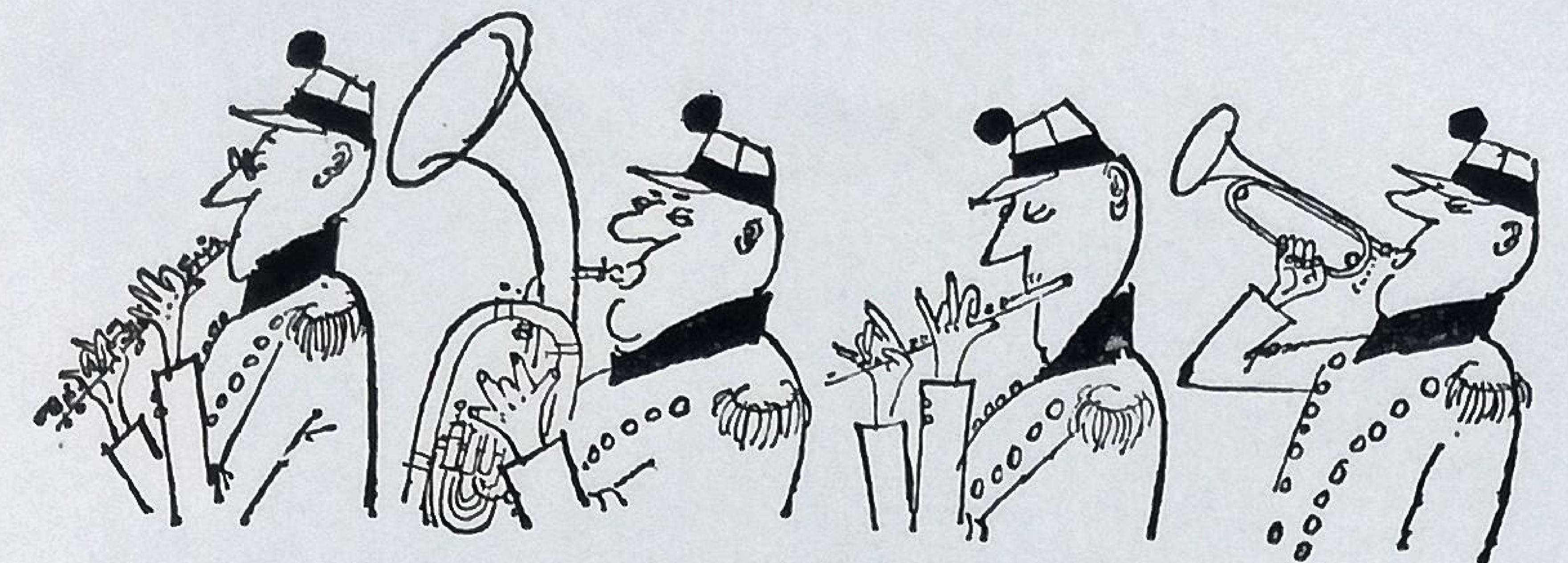
PARA GOLOSINAS Y FRUTOS

Por último, citaremos también un utilísimo y popular distribuidor de golosinas y frutos secos—el Sodibar 2.000 Tipo O. K.—, indispensable en bares, cervecerías, piscinas, hoteles, clubs y otros lugares de recreo. Este aparato ofrece numerosas posibilidades de distribución de cacahuetes, almendras, avellanas, nueces y piñones. Consta de un globo de cristal con capacidad de cinco kilogramos y una parte mecánica de gran precisión que garantiza su buen funcionamiento. Las dosis de las raciones son regulables a voluntad desde 10 a 50 gramos, según el valor de la mercancía y su precio de venta. También es variable por simple reglaje el precio de venta. Tiene además dos cerraduras: una que rige la caja y otra la entrada de mercancías. Ello facilita la posibilidad de que el explotador deje al depositario el recambio de la mercancía, reservándose el control de la recaudación.

Este aparato se suministra en tres modelos diferentes (standard, lujo y gran lujo) y por su aleación en fundición de aluminio (alpaca) es inatacable por la sal y por la humedad, condición indispensable para su instalación en lugares tan rentables como playas y establecimientos al aire libre.

Las personas interesadas en tener información más amplia sobre cualquiera de estos aparatos puede solicitarla de nuestra revista, que les facilitará el nombre y dirección de sus distribuidores y fabricantes.

Exitos musicales en



EUROPA

COMENTARIO

No tenemos más remedio que gritar ¡bravo!, a pleno pulmón, a "Los Bravos". Efectivamente, este ya famoso conjunto musical lo vemos encaramado en el primer puesto no sólo en España, sino que también en Francia. Y para completar su logro, también han entrado, aunque todavía por detrás del cuarto, en el mercado holandés.

El hecho de que en Francia ocupen el primer puesto es significativo y esperanzador. Significativo porque nuestros vecinos siempre han gozado de una reconocida, aunque no siempre justa, fama de chauvinismo. Los franceses, en efecto, son muy apegados a sus propias cosas, a sus propias creaciones. No es fácil, por tanto, hacerse de un nombre en el país galo. Y "Los Bravos" lo han conseguido. Lo cual quiere decir que su mérito no está limitado a nuestras fronteras y que, indudablemente, no puede ser pasajero. Esperanzador porque, como se sabe, Francia es como una caja de resonancia para todas las cosas. Por ello, triunfar en Francia significa tanto como triunfar en Europa cuando menos. Esperamos, pues, que "Los Bravos" salgan catapultados del país galo a todo lo largo y a todo lo ancho del viejo continente. Y que, tras de ellos, otras voces españolas y otros conjuntos hispanos se abran camino allende nuestras fronteras. La puerta está abierta. Falta tan sólo un poco de talento y un mucho de osadía para traspasarla. Adelante, pues.

ESPAÑA

1. *Black is black:* Los Bravos.
2. *Strangers in the night:* Frank Sinatra.
3. *Lady Pepa:* Los Pekenikes.
4. *I saw her again:* The Mama's and the Papa's.
5. *Love me please, love me.*

FRANCIA

1. *Black is black:* Los Bravos.
2. *When a man loves a woman:* Percy Sledge.
3. *Love me, please love me:* Michel Polnareff.
4. *Yellow submarine:* The Beatles.
5. *Le deserteur:* Les Sunlight.

INGLATERRA

1. *All or nothing:* The Small Faces.
2. *Eleanor Rigby/ Yellow submarine:* The Beatles.
3. *To soon to know:* Roy Orbison.
4. *Distant Drums:* Jim Reeves.
5. *Got to get you in to my life:* Cliff Bennett.

ITALIA

1. *Strangers in the night:* Frank Sinatra.
2. *Notte di Ferragosto:* Gianni Morandi.
3. *10 ho in mente te:* Equipe 84.
4. *Che colpa abbiamo noi:* Rokes.
5. *Ta ra ta ta:* Mina.

HOLANDA

1. *Yellow submarine:* The Beatles.
2. *Hi-Lili-Hilo:* The Alan Price Set.
3. *Mothers little Helper:* The Rolling Stones.
4. *God only knows:* The Beach Boys.
5. *Black is black:* Los Bravos.

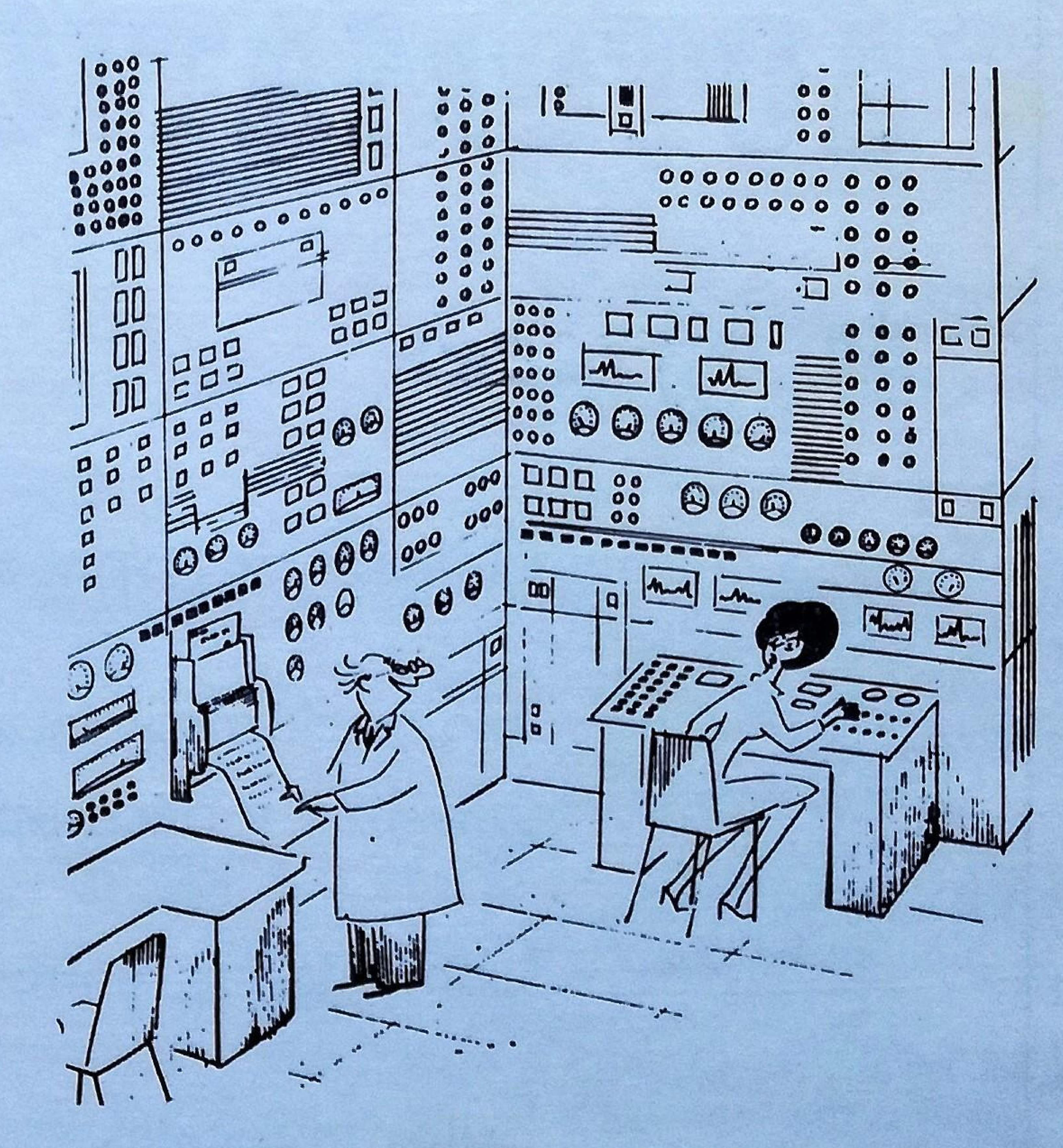
AUSTRIA

1. *Leg dein Herz in meine Hände:* Roy Black.
2. *Bel nicht in jeden Apfel:* Wencke Myhre.
3. *Monday, monday:* The Mama's and the Papa's.
4. *Strangers in the night:* Frank Sinatra.
5. *Ich liebe das Leben:* Peter Alexander.

Corresponsales para toda España

AUTOMATICO ESPAÑOL, fiel a su propósito de mantener a sus lectores informados en la mayor amplitud posible sobre todas las incidencias y datos de interés relacionados con las máquinas accionadas por monedas, tiene en proyecto ampliar su campo de actuación. Para ello solicitamos corresponsales en todas las capitales y pueblos importantes. Las personas interesadas pueden solicitar información y condiciones a nuestra revista, cuya dirección como saben es: AUTOMATICO ESPAÑOL. Narciso Serra, 14, Madrid-7.

HUMOR



—Según dice la máquina, usted deberá enamorarse de mí dentro de quince horas, doce minutos y veintiséis segundos.

OTRAS NOTICIAS

FRANCIA

CONSUMO DE LAS MAQUINAS DE VENTA

Más de cuatro mil kilos de caramelos y otras golosinas consumen, al día, los habitantes de París, procedente de las máquinas accionadas por monedas instaladas en las estaciones del Metro. Estas cifras han sido puestas de relieve en la Asamblea Legislativa, añadiéndose que la cifra de negocios de estas máquinas automáticas asciende a unos treinta y siete millones de francos, esto es, más de cuatrocientos cincuenta millones de pesetas. Importante cantidad, sin duda alguna, indicativa por otra parte de las perspectivas que tienen por delante de sí esta forma de venta al público, que está adquiriendo carta de naturaleza en todo el mundo.

ALEMANIA

EXITO DE UN CONJUNTO DE JAZZ

En el festival berlinés de jazz, celebrado en el edificio de la "Philarmonie", un conjunto brasileño integrado por diez músicos, cantantes y bailarines ha alcanzado un señalado éxito. Efectivamente, en la segunda jornada de este festival, y bajo el nombre de "Folklore e Bossa Nova do Brasil", la actuación de este singular conjunto fue acogida con largos y prolongados aplausos del público que llenaba la sala. El tema de esta segunda jornada fue, precisamente, el de la "Bossa Nova".

USA

VENTAS EN ESTADOS UNIDOS

Comparado con 1964, las ventas automáticas realizadas en Estados Unidos durante el año de 1965, han aumentado en un 8,76 por 100, lo cual quiere decir que se encuentra entre las industrias que sufrieron un más alto incremento. En concreto, este total ascendió en 1965 a 3.800 millones de dólares, mientras que en 1964 esta cifra fue de 3.494.

Como en años anteriores, el artículo más vendido fueron los cigarrillos representando un 40 por 100 del total de lo vendido por las máquinas automáticas.

En relación con este aumento de las ventas, las bebidas frías mostraron el mayor incremento. El total de ventas de bebidas frías—722 millones de dólares—significó un record que nadie esperaba a principios de año.

Por su parte, las bebidas calientes continuaron siendo uno de los pilares en el negocio de las ventas automáticas. Se espera que el porcentaje de las bebidas calientes que, en 1965, llegó al 8 por 100, aumente aún más en el año en curso, incluso en el supuesto que se mantenga la tendencia del aumento de los precios. Entre las bebidas calientes se incluyen el café, chocolate, té y sopas. El porcentaje relativo de estas bebidas fue el siguiente: el 70 por 100 para el café, el 25 el chocolate y el resto—el 5 por 100—repartido entre té y sopas.

También las golosinas alcanzaron en 1965 una cifra record de ventas: 4.500 millones de unidades, ó 409 millones de dólares.

En lo que se refiere a la leche, el hecho de que se hayan instalado máquinas automáticas para su venta en las escuelas se considera como la razón principal por los expertos del aumento de la cifra de negocios. Esta cifra ascendió en 1965 a 90 millones de dólares, con un aumento relativo del 9 por 100 comparado con 1964.

Todos estos datos nos demuestran palpablemente que la venta automática está adquiriendo un volumen que ha llamado la atención tanto de los fabricantes de estas máquinas como de los productores de artículos para su venta en las mismas.